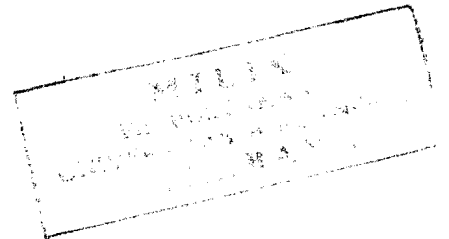


**ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR PENENTUAN STRATEGI
PEMASARAN KARTU KREDIT "VISA DAN MASTER"
PT. BANK "X" CABANG SURABAYA**

KK
B 65/01
Ana
a

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



DIAJUKAN OLEH

MOHAMMAD SYAIFUL ANAM

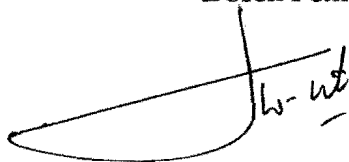
No. Pokok : 049635518

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2000**

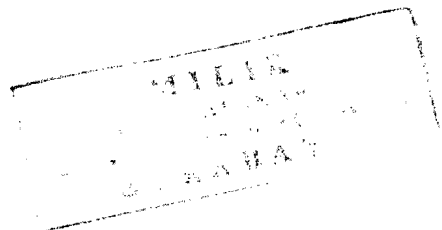
Surabaya, ..1... Juli ... 2000..

Skripsi Telah di Setujui dan Siap Untuk di Uji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Dwi Utami", with a large, sweeping horizontal stroke underneath.

Dra. Ec. Hj. Dwi Utami S., M.S.



SKRIPSI

**ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR PENENTUAN STRATEGI
PEMASARAN KARTU KREDIT “VISA DAN MASTER”
PT. BANK “X” CABANG SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH :

MOHAMMAD SYAIFUL ANAM

No. Pokok : 049635518

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



Dra. Ec. Hj. DWI UTAMI S., M.S.

TANGGAL 05 - Mei - 2001

KETUA PROGRAM STUDI,



DR. AMIRUDDIN UMAR, SE

TANGGAL 22 - Mei - 2001

Abstraksi

Perekonomian kita yang mengalami krisis berkepanjangan menjadikan keterpurukan dalam berbagai bidang. Salah satu bidang tersebut adalah dalam dunia perbankan. Sebagaimana yang telah diketahui bahwa akibat dari krisis tersebut menurunkan tingkat daya beli dan *saving* masyarakat. Sehingga perbankan kita mengalami kekurangan modal usahanya. Sebagai akibat dilakukan likuidasi bank-bank swasta nasional yang berlangsung dalam dua periode, pertama 16 bank sedangkan periode kedua 8 bank.

Card Center sebagai bisnis unit dari bank yang menawarkan kartu kredit juga mengalami kesulitan dalam pemasaran bahkan banyak terdapat kredit macet yang menambah kerugian bank penerbit. Penentuan strategi pemasaran yang tepat membantu suksesnya pemasaran kartu kredit. Dengan melakukan analisis SWOT dapat dirumuskan strategi yang tepat.

Analisis SWOT menunjukkan bahwa perusahaan berada pada sel 2, di mana perusahaan menghadapi banyak ancaman yang utama adalah adanya reaksi dari pesaing dan persaingan harga dan promosi, tetapi kekuatan yang dimiliki perusahaan akan mampu untuk mengatasi ancaman yang ada. Posisi pada sel 2 perusahaan harus melakukan strategi diversifikasi konsentrik dengan melakukan pengembangan terhadap jasa yaitu dalam hal penampilan, manfaat yang ditawarkan, memberikan potongan (*discount*), meningkatkan kegiatan promosi, dan memperbanyak *merchant* atau pihak yang dapat menerima kartu kredit Bank "X".